

**UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR  
SEDE ECUADOR**

**COMITÉ DE INVESTIGACIONES**

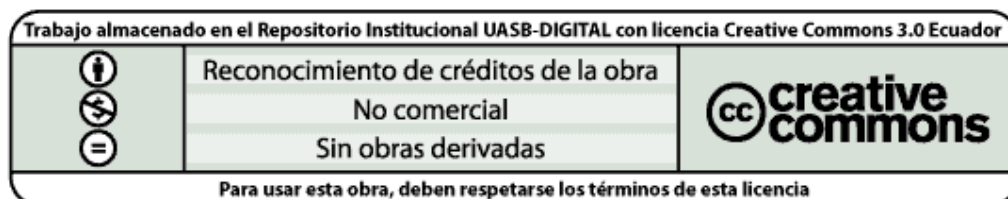
**INFORME DE INVESTIGACIÓN**

**MEDIOS GLOBALES: ACTORES EN TRANSICIÓN**

**ELENA GABRIELA CÓRDOVA DEL ALCÁZAR**

**QUITO-ECUADOR**

**2004**



## RESUMEN

El medio es el mensaje. La conocida expresión de McLuhan cobra una nueva dimensión con la asimilación de revolucionarias tecnologías por los medios de comunicación colectiva y la consecuente transformación de contenidos, productores y consumidores globales. La comunicación multimedia no volverá a difundir el mensaje de la época Gutermberg.

El proceso de globalización, desarrollo de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), debilitamiento del Estado nacional-liberal y surgimiento de transnacionales de la comunicación determinan la refuncionalización de los mass-media y sus nexos con el movimiento social.

El carácter de industria de la información y comunicación viabiliza la integración de los medios al conjunto de sujetos globales en expansión, como miembros de pleno derecho. La actoría económica, social y política de los grandes grupos multimedia es aceptada como parte de la lógica globalizadora.

Estructuras en retroceso como Estados nacionales, clases sociales, partidos políticos y gremios que a ellos corresponden, en cambio, reclaman por la incursión de los mass-media en campos que los suponen privativos y exigen de ellos volver a su función liberal.

Por su parte, sectores sociales de renovada visibilidad y protagonismo político encuentran en los escenarios de la comunicación un lugar de lucha por la significación de mensajes y sus posibles lecturas.

Vivimos la batalla por el control de la información. Perdida de antemano, desde el subdesarrollo, en cuanto a la capacidad de difusión; no así, respecto de contenidos y significación. El cambio mediático no se reduce a la incorporación de tecnologías; la comunicación de masas contemporánea designa otro sensorium, modos de percibir, conocer, organizar el espacio público y privado, relacionarse con el tiempo.

En este universo cambiante, los medios adquieren una polifuncionalidad propia de la transición que atraviesa al conjunto social y de la cual ellos igualmente son objeto. Su rol varía en relación con el carácter de actores sociales diversos, diferencia que se reproduce en los intereses de esa actoría, sus discursos y vinculación con la producción y difusión mediáticas.

Simultáneamente, esa polivalencia también ha contribuido a opacar funciones, reproducir antiguos prejuicios y concebir renovadas ilusiones respecto de la comunicación y su potencial a inicios del siglo XXI.

## CONTENIDO

1. Introducción. Funciones inéditas de actores conocidos	4
2. Los Onces: mediáticos y globales	6
2.1 11-S	6
2.2 11-A	9
2.3 11-M	11
2.4 Hacia el 2-11	12
3. La nueva tecnología crea nuevos medios	15
4. Transnacionales de la comunicación	18
5. La prensa liberal muere con su Estado	21
6. Periodismo global para un naciente poder	25
7. Conclusiones. Múltiple funcionalidad para actores en transición	28
7.1 Actores globales	28
7.2 Actores en retroceso	29
7.3 Actores de visibilidad renovada	30
Bibliografía	33

## **1. INTRODUCCION**

### **Funciones inéditas de actores conocidos**

Durante las últimas décadas del siglo XX , la teoría de la comunicación rompe con el concepto de medios de comunicación colectiva considerados instrumentos neutrales de transmisión de hechos.

Por otra parte, su acción contra el racismo y el autoritarismo, a favor de la equidad de género y la tolerancia sexual, los derechos sociales básicos y la conservación del medio ambiente, conjuga esa primera noción con la de medios garantes de la libertad y la democracia.

Además, en condiciones de una novedosa movilización social, la comunicación de masas se ha mostrado capaz de dotar de consistencia y organicidad a renovados actores y movimientos sociales. No obstante, tampoco ha dejado su rol de protección del statu-quo y aislamiento de voces disruptivas.

Esta versatilidad del rol mediático es fuente de abundantes discusiones y análisis teóricos, en los que se reconocen ejes centrales. Describir hechos, suscitar emociones, analizar sucesos y demarcar su sentido son senderos por los cuales lo simbólico se integra a la realidad. El discurso periodístico es un hecho más que se agrega al mundo, pero no sólo forma parte de la realidad sino que tiene capacidad para transformarla.

Difícilmente los medios de comunicación pueden determinar un acontecimiento, pero inciden en él, definen las formas de percepción social a las cuales recurre la memoria colectiva, transformándolas en verdades históricas. Informar puede ser coartada para orientar, dictaminar y exigir.

Los medios han asumido funciones de acusadores, testigos, jurados y jueces. Los actores mas visibles de la comunicación, los periodistas, son considerados excepcionales testigos de cargo. Una noticia publicada, una entrevista concedida, un editorial u opinión son aceptados incluso como pruebas judiciales.

El fenómeno se combina con la aceptada mass-mediación de los escenarios políticos y la modificación de los espacios públicos. El plató televisivo y el consejo editorial de un periódico son lugares apropiados para exigir o negar renunciaciones de funcionarios, llegar a acuerdos partidarios, firmar convenios, realizar conteos electorales.

Desde su origen la prensa fue educadora, homogenizadora y cohesionadora del movimiento social. Informar es mediar entre la realidad y su textualización, mediación a la cual los mass-media paulatinamente han sumado la de interlocución entre Estado y ciudadanía.

El periodismo de elite se asume como fiel de la balanza que equilibra las exigencias de "los de arriba y los de abajo", evitando que la confrontación rebase los límites que el establecimiento puede asimilar. Es que ninguna sociedad puede polarizar sus diferencias sin correr el riesgo de mostrarlas irreconciliables.

Frente a cada movimiento disruptivo, el discurso periodístico estimula la idea de que gobernantes y subalternos deben ceder posiciones y alcanzar puntos de consenso. Retórica que presupone protagonistas en condiciones de igualdad y obscurece el contexto de dominación en que se inscriben éstos y sus acciones.

Cuando el acuerdo no se alcanza, la tecnología aporta a la comunicación potencialidades específicas. Entrevistas en vivo y transmisiones en directo resuelven la ubicuidad de protagonistas individuales o masivos y también la de la represión. Transformada en soldado colectivo, la televisión proporciona armas virtuales, moviliza ejércitos espectaculares, gesta o destruye morales combatientes.

La comunicación de masas es factor gestor de ideologías, de mediación institucionalizada que deviene nueva violencia simbólica. Simplificar la diversidad de intereses sociales, normalizando la visión de la sociedad, estimula la participación política de subordinados liderados por la cúpula social.

Los medios contribuyen a institucionalizar la movilización, asegurando su reproducción futura y que ésta se realice sólo por aquellas causas que el orden demanda. Permanentes defensores del orden, estructuran un continuo llamado al robustecimiento de las instituciones y su permanencia más allá de los representantes temporales.

En esa múltiple funcionalidad se concreta el paso de medios "independientes transmisores" de la realidad social a actores capaces de cumplir con algunas actividades consideradas específicas de un partido político. Simultáneamente, el sistema partidario en retroceso tiende a reconocerse en esa dinámica y admite a los comunicadores como moderadores de la participación de masas, a la vez que voceros de intereses sociales.

Es una condición contradictoria en la cual los sectores subordinados encuentran un resquicio para su inserción y una rendija para la expresión de intereses no dominantes. Los medios también son reclamados como terreno en disputa por la resignificación del mensaje. Los llamados movimientos sociales oscilan entre la

crítica a los grandes medios de comunicación colectiva y su institucionalizada adscripción al poder, y el esfuerzo por insertarse en esa producción comunicacional y elevar la difusión de su palabra.

Aunque esta contradictoria y versátil funcionalidad de los mass-media no es nueva, el impacto tecnológico y la impronta globalizadora la potencian, hasta obligarnos a reconocer que presenciamos una etapa de refuncionalización de la comunicación de masas que hace de los medios actores sociales en cumplimiento de roles políticos inéditos.

## **2. Los Onces: mediáticos y globales**

“En tiempos de guerra, en que todo recurso es bueno para movilizar a la población, la manipulación de la información se vuelve moneda corriente”, reconoció Le Monde Diplomatique. “La desinformación tiene sus reglas: la crisis previa al conflicto debe ser llevada a su paroxismo; el Estado enemigo, diabolizado, y su líder mostrado como un ser fundamentalmente malvado, de ser posible como un ‘aventurero’, un ‘psicópata’, un ‘comunista’ o un ‘nazi’”.<sup>1</sup>

La historia contemporánea actualiza el papel asignado a los medios de comunicación en circunstancias bélicas. La fuerza contendiente precisa garantizar la difusión de su palabra para mantener cohesionada a la comunidad. Caso contrario, la guerra comienza a perderse. Basta recordar que, al día siguiente de la caída de Krushev, fueron sustituidos los directores de Izvestia y Pravda; o que uno de los primeros objetivos de los bombardeos a Bagdad, en la segunda Guerra del Golfo, fueron las instalaciones de la televisión estatal.

A partir del año 2001, la graficación del 11-S, 11-A, 11-M y el esperado 2-11 permiten visualizar, de manera especialmente esquemática, el proceso de refuncionalización de los medios de comunicación colectiva en condiciones de una globalización militarmente dirigida.

### **2.1 11-S**

El atentado contra las Torres Gemelas dio pábulo a la abierta incorporación de los medios de comunicación al arsenal de lucha contra el terrorismo. La violencia mediática desplegó el discurso de la pacificación y la seguridad convertidas en sinónimo de orden social, con el consenso como meta. Una vez mas, en un mundo de

---

<sup>1</sup> Le Monde Diplomatique. Edición española, febrero de 2003

desiguales, el diferente sería suprimido para salvaguardar la unidad de supuestos iguales.

El 11-S proporcionó al imperio una nueva fortaleza, el terrorismo como enemigo único. La nueva guerra es la de la supremacía del interés de un Estado sobre el derecho internacional. La Organización de las Naciones Unidas fue la primera víctima, la verdad le siguió. La información masiva legitimó la invasión y la tortura, los derechos humanos básicos fueron olvidados y los aliados se tornaron vasallos.

Cuando incluso la vigencia de los derechos civiles y políticos básicos vuelven a ser motivo de lucha, armas y economía parecerían ya no requerir de aceptación ciudadana. Sin embargo, para la globalización militar la globalización mediática es parte de su estrategia y el gobierno Bush lo comprendió así. Los paradigmáticos CNN, Financial Times, Wall Street Journal o The Economist se convirtieron en guerreros de la nueva cruzada estadounidense y fueron imitados por el periodismo mundial.

Oficialmente se encontraron justificaciones. “La realidad tal vez desafortunada es que la emisión informativa incompleta y hasta la desinformación por parte del gobierno podría, a veces, ser percibida como necesaria para proteger intereses vitales’, declaró Theodore B. Olson, fiscal general y subsecretario de Justicia, ante la Suprema Corte”, en el caso contra el ex secretario de Estado Warren Christopher. Su abogado Richard Cordray añadió que el gobierno “debe tener la opción de mentir deliberadamente a sus ciudadanos si eso fuese necesario para proteger el interés nacional de Estados Unidos”.<sup>2</sup>

En febrero de 2002, se conoció públicamente la creación de la Oficina de Influencia Estratégica del Pentágono que preparaba “campañas agresivas para influir en la opinión pública mundial a favor de Estados Unidos y sus acciones en el mundo a través de ‘noticias’ por medios extranjeros, propaganda por Internet y operaciones encubiertas”.<sup>3</sup>

Ello formaba parte del otro frente de lucha contra el terrorismo, la guerra de la información legitimada en la necesidad de promover el apoyo a la guerra antiterrorista en los países musulmanes y en otros.

En esos momentos iniciales, The New York Times difundía que “Estados Unidos estaba perdiendo apoyo político en el extranjero para su guerra contra el terrorismo”. Para contrarrestarlo, la Oficina de Influencia Estratégica “sugiere sembrar noticias a medios periodísticos extranjeros”. El medio citaba fuentes oficiales: “El general Worden contempla una amplia visión que vaya de campañas ‘negras’ de

---

<sup>2</sup> La Jornada, 20 de marzo de 2002

<sup>3</sup> La Jornada, 20 de febrero de 2002

desinformación y otras actividades encubiertas, a políticas de relaciones públicas ‘blancas’, basadas en boletines informativos reales”.<sup>4</sup>

La eurodiputada Ana Palacio se hizo eco de la administración Bush y propuso que el gobierno español, a través de la Presidencia de la Unión Europea, reglamentase que los sistemas de seguridad puedan espiar el correo electrónico de todos los ciudadanos de forma continuada y permanente sin necesidad de orden judicial. El 18 de abril de 2002 se votó la propuesta.<sup>5</sup>

El proceso se evidenciaba excesivamente lesivo para el periodismo profesional. Helen Thomas, primera corresponsal en la Casa Blanca resentía que “tras el 11 de septiembre hacer preguntas difíciles puede significar ser antiamericano, por eso los reporteros se han vuelto suaves”. Ubicando una de las raíces del dilema periodístico afirmó que “a los reporteros se les dio mucha información falsa y razones distintas para ir a la guerra y tenían que escribirlas porque venían del Presidente, del Departamento de Estado, del Departamento de Defensa”.<sup>6</sup>

Thomas desenmascaró un problema que va mas allá de la autocensura, la acción monopólica se tornó determinante: “hay crítica sobre el control corporativo de los medios. Se cuestiona que la empresa se imponga en las decisiones editoriales. Por ejemplo, General Electric es dueño de NBC, Westinghouse es dueño de CBS y Desni de ABC”.<sup>7</sup>

Tres años después, la predisposición al control se contagió incluso a países de actitudes tradicionalmente democráticas. A principios de julio de 2004, la Comisión de Radio-Televisión y Telecomunicaciones de Canadá aprobó las emisiones digitales de Al Jazeera, pero se allanó a exigencias de censura de organizaciones judías. La decisión es la primera que incluye estas medidas sobre una emisora de televisión. Al Jazeera es vista en todo el mundo árabe, en Israel y en los territorios ocupados, pero la CRTC la consideró demasiado peligrosa para Canadá.

La potencialidad bélica de los medios se magnifica en su labor multimedia y ha convertido a Internet en abierto campo de batalla. A raíz de los atentados del 11 de septiembre de 2001, los estrategas norteamericanos señalaron a la red como el instrumento desde el cual se habrían organizado los suicidas.

Sin embargo, desde mucho antes se había previsto el contra-ataque. Mattelart recuerda que “el plan *Echelon* demuestra que la evolución del mercado global implica un sistema de inteligencia global, de captación de informaciones para poder

---

<sup>4</sup> James Dao y Eric Schmitt. Evalúa el Pentágono guerra informativa, The New York Times. Reproducido por El Universal, Caracas, 20 de febrero de 2002.

<sup>5</sup> Tomado de: Equipo Nizkor, [www.nizkor.org](http://www.nizkor.org)

<sup>6</sup> El Comercio, 22 de febrero de 2004

<sup>7</sup> Ibíd.



competir con los rivales y anticipar las estrategias de las grandes organizaciones de la sociedad civil”.<sup>8</sup>

El control de la información, la acción de los servicios de inteligencia, la desinformación e incluso la agresión comunicacional se pusieron en marcha en el mundo. No es de extrañarse, entonces, que la conducta social los reprodujese en ataques a ciudadanos que podían identificarse con el mundo islámico o árabe. El occidente blanco y católico retomó el dominio.

## 2.2 11-A

En la atmósfera inquisitorial desatada por el 11-S, algunos meses después, Caracas fue escenario de acciones informativas cargadas de violencia política durante el golpe de Estado antichavista y su fracaso. Los medios pasaron de la extrema publicitación de una movilización el 11 de abril, hasta el eficaz silenciamiento de otras el 12 y 13. El objetivo político de cada manifestación social definió el papel de canales de TV y periódicos. No todo hecho podía convertirse en noticia. Redefinir la categoría de libertad de expresión se convirtió en tarea del periodismo venezolano.

Poco antes, los síntomas de la conspiración mediática en camino llevaron a que el 14 de diciembre de 2001 fuera presentada, ante la sede de la OEA en Washington, una demanda firmada por periodistas de 34 países que denunciaban las “peligrosas actuaciones de algunos medios de comunicación y sus intenciones desestabilizadoras contra un gobierno elegido democráticamente por una indiscutible mayoría ratificada en seis elecciones”.<sup>9</sup>

Como precisara José Vicente Rangel –entonces Ministro de Defensa y hoy Vicepresidente venezolano–, “este país que ha disfrutado de la mas amplia libertad de expresión en mas de tres años, resulta que entre los días 12 y 13 no tuvo ninguna información, los venezolanos tuvimos que enterarnos de lo que estaba pasando en Venezuela a través de CNN y Cadena Caracol”.<sup>10</sup>

Una raíz del silencio fue identificada por Andrés Izarra, gerente de producción del noticiero de RCTV, en el decreto emitido por Pedro Carmona Estanga. “¿El decreto de Carmona afecta(ba) la libertad de expresión? –se pregunta Izarra– Yo creo que duró muy poco para darnos cuenta de si la podría afectar, sin embargo, por la forma como a mí me hablaron en aquella reunión creo que de alguna manera el decreto de Carmona o el mismo presidente Carmona había pedido a los medios que no dijeran

---

<sup>8</sup> Armand Mattelart, Historia de la sociedad de la información. Paidós. Buenos Aires. 2002. Pág. 167

<sup>9</sup> Rebelión, 24 de abril de 2002

<sup>10</sup> Albor Rodríguez. Verdades, Mentiras y Videos. Los libros de El Nacional. Caracas. 2002. Pág. 152

lo que estaba pasando”.<sup>11</sup>

Mas grave que el pedido del fugaz dictador fue que los grandes medios privados no dudaran en cumplir la orden. Como lo testimonió el entonces Vicepresidente Diosdado Cabello, “desde la clandestinidad comenzamos a enviar mensajes a los medios de comunicación nacionales, los cuales nos censuraron sin evaluar el verdadero fondo de la situación”.<sup>12</sup> Del árbol caído todos hacen leña, la industria de la información dio ejemplo.

Afirma Ramonet que un comportamiento semejante al vivido en Chile la víspera de otro 11, el de septiembre de 1973, se experimentó en Caracas el 11 de abril de 2002. La prensa asumió un papel protagónico. “Los periodistas y editorialistas más importantes eran actores de la oposición política, con un comportamiento mas político que mediático profesional”. Escudriñando razones para esa actitud, Ramonet señala que “el nuevo rol de la prensa parte del desmoronamiento de los partidos de oposición. En ese contexto, el país no tuvo oposición política sólida creíble. Yo creo que ese vacío lo van a llenar naturalmente los medios de comunicación y que ésto los conducirá a tener una actitud de oposición política”.<sup>13</sup>

El periodismo institucional fue parte activa del movimiento anticonstitucional y así lo sindicó el presidente Hugo Chávez una vez restituido en funciones. “Hubo un golpe de diversos tipos. En un canal de televisión grabaron el 10 de abril un pronunciamiento de generales que lo pasaron el 11 de abril en la tarde. Eso tendrán que explicarlo los organismos que están investigando el golpe, tendrán que explicar cómo grabaron antes escenas de algo que iba a ocurrir”.<sup>14</sup>

El 11-A enseña lo que febrero del 97 no pudo mostrar en Ecuador. Abdalá Bucaram no tenía condiciones para defender su permanencia, Chávez sí. Los medios ecuatorianos actuaron como un bloque homogéneo en la movilización y legitimación del golpe de Estado, los venezolanos también, pero la capacidad de respuesta del Presidente Chávez fue distinta, también la de sus bases populares organizadas. Los medios venezolanos vinculados a la conspiración se vieron obligados a develar su alineamiento con las fuerzas golpistas y sepultaron, talvez definitivamente en ese país, el discurso de la imparcialidad y la objetividad.

Las posiciones gubernamentales no tuvieron acceso a los medios de elite pero, en su reemplazo, la noticia encontró canales alternativos, desde pequeñas radios hasta Internet, pasando por el contacto personal. El mundo podía no saber lo que sucedía en Venezuela, pero los caraqueños, los habitantes de los barrios marginales conocían

---

<sup>11</sup> Ibíd. Pág. 154

<sup>12</sup> Ibíd.

<sup>13</sup> Ignacio Ramonet, Los medios sustituyeron a los partidos de oposición. BBC Mundo, 21 de mayo de 2002

<sup>14</sup> Granma, 13 de mayo de 2002

del proceso en gestación y con su presencia en Miraflores exigieron el regreso de Hugo Chávez.

Días después, Caracas fue laboratorio de un experimento inédito, un paro de lectores y televidentes. El 25 de mayo de 2002 se dio el llamado “paro de consumidores”. El llamado a boicotear El Nacional, RCTV, Televen, Venevisión y Globovisión se materializó en el desplome del rating de estos canales de televisión. Solo Globovisión cayó en una semana al 5% y luego al 3% de sintonía.

Ello demuestra que, mas allá de la aparente omnipresencia de los grandes grupos multimedia, la resistencia encuentra senderos para resignificar el mensaje y que lo no dicho corroe la legitimidad de la noticia dominante.

La guerra mediática no ha terminado. Pese al respaldo nacional evidenciado en la ratificación del Presidente Chávez en el referéndum de agosto de 2004, los medios locales azuzan a la violencia y la prensa internacional insiste en la campaña de deslegitimación. "Igualmente preocupante es que cuando Chávez clama victoria, lo haga en nombre de todas las Américas, reforzando su compromiso en la extensión de la revolución en el continente. Con Fidel Castro como su aliado más cercano, es una presencia peligrosa en la región", fue la apreciación de Wall Street Journal.<sup>15</sup>

## 2.3 11-M

Varios factores de este fenómeno volvieron a experimentarse en Madrid, en marzo de 2004. Tras los atentados del 11-M, el gobierno de Aznar no dudó en responsabilizar a ETA –le aseguraba un cómodo triunfo en los comicios de tres días después– y en un primer momento las grandes empresas informativas internacionales difundieron la sindicación, llegando a confundir momentáneamente al pueblo español.

24 horas después las cosas cambiaron. El rumor que surgía en la calle cobró cuerpo. Internet, la telefonía celular, pequeñas radios actuaron como red para convocar enormes muchedumbres que se volcaron a los principales espacios públicos al grito de “¡antes de votar, queremos la verdad!”, “No mas mentiras, manipulación, ocultación de información”. La exigencia de una respuesta identificó al culpable final: “Partido Popular-Aznar: culpables!”, “Aznar: es el precio de la guerra”.<sup>16</sup>

El triunfo de Rodríguez Zapatero fue el colofón de esa batalla mediática y la autocritica lo hizo público. “El comité de empresa de EFE sacó a la luz que las ‘mentiras’ del Gobierno en torno a la autoría del 11-M fueron secundadas por los principales medios públicos. Sobre esa base presentó denuncias de ‘manipulación’,

---

<sup>15</sup> El Comercio, 18 de agosto de 2004

<sup>16</sup> El Comercio, 14 de marzo de 2004

‘censura previa’ y ‘propaganda’ oficial en la cobertura de la masacre del jueves y los comicios”.<sup>17</sup>

Al otro lado del Atlántico, el gobierno estadounidense resintió el golpe. La prensa norteamericana empezó a distanciarse de la sumisa actitud adoptada después del 11-S. “El diario The New York Times invitó al futuro gobernante español, José Luis Rodríguez Zapatero, a presionar a EEUU para que busque la ayuda de la ONU respecto de Iraq. El Times rechaza que el resultado electoral sea una victoria para los terroristas”.<sup>18</sup>

La decisión de España de retirarse de la coalición desgarró el disfraz de multiplicidad con el cual quiso jugar Estados Unidos. Honduras y República Dominicana siguieron el ejemplo. La industria internacional de la comunicación se dividió y varios medios europeos y norteamericanos abrieron espacio a miradas y opiniones cuestionadoras de los argumentos con los que se pretendió legitimar la invasión a Irak.

## **2.4 Hacia el 2-11**

La intervención directa de un gran medio como The New York Times – incuestionado por el establecimiento – fue la puerta de ingreso al infierno de Abu Graib. Con su ejemplo, desde las páginas de The Washington Post, el ejército invasor fue desnudado por fotografías de soldados norteamericanos maltratando a prisioneros de guerra iraquíes.

AP se encargó de difundir para los países de habla hispana las razones expuestas por el diario en su denuncia. “Las imágenes de torturas, que tanto mal han hecho a la misión estadounidense en Iraq, hubieran podido ser evitadas si, tras las informaciones (que tenía sobre los malos tratos en las prisiones iraquíes), Rumsfeld hubiera tomado medidas mucho antes (...). En lugar de eso, las negó públicamente o las minimizó”.<sup>19</sup>

Como en Madrid tras el 11-M, se puso en marcha el mecanismo de ruptura de la espiral del silencio. La primera denuncia destapó las siguientes. “The New York Times publicó ayer que en el centro de detención estadounidense de Camp Cropper, cerca del aeropuerto de Bagdad, se torturó a prisioneros iraquíes antes que en Abu Ghraib”.<sup>20</sup>

Pero el medio no se limitó a dar información. “El diario mas influyente del mundo,

---

<sup>17</sup> El Comercio, 17 de marzo de 2004

<sup>18</sup> Ibíd.

<sup>19</sup> The Washington Post. Reproducido por: El Universo, 7 de mayo de 2004

<sup>20</sup> El Universo, 16 de mayo de 2004

en un editorial, planteó que Bush ‘debe disculparse públicamente ante sus ciudadanos por hacerles creer en un vínculo entre Iraq y el 11-S’.<sup>21</sup> Estas palabras encontraron eco en todos los diarios del mundo.

El rotativo estadounidense se erigió en actor político de peso completo ante el gobierno. “The New York Times vs. Bush” fue el titular transmitido por agencias internacionales y recogido en el país.<sup>22</sup> “No esperábamos que se disculpe, pero si nos sorprendimos de ver la capacidad de vehemencia de la Administración para negar los hechos. El presidente Bush y el vicepresidente Cheney no solo barrieron las conclusiones de la Comisión del 11-S, sino que ahora ellos tratan de rescribir la historia de unos hechos que nunca ocurrieron”. Constituido en juez de pleno derecho “El Times confrontó a la Casa Blanca: ‘si tienen la verdad en sus manos, que nos muestren las pruebas’”, exigió.

El gobierno norteamericano no ofreció disculpas ni pruebas. El Congreso lo hizo, pero en contra. “Los legisladores, el presidente y el público basaron su apoyo a la guerra en los informes de inteligencia. Y esa información estaba equivocada, afirmó el presidente del comité, el republicano Pat Roberts”.<sup>23</sup>

En el informe de la Comisión de Inteligencia del Senado, el periodismo encontró argumentos frescos y admitió frontalmente: “Nos equivocamos: N.Y.Times”. “Si hubiésemos sabido que no había armas de exterminio en Iraq, habríamos sostenido antes, y con mas fuerza, que invadir aquel país era una cosa absurda”, afirmó su editorial central.<sup>24</sup>

Un mes después, The Washington Post se incorporó a la crítica periodística a la Casa Blanca. “Reconoció haber perdido objetividad y haber tenido una postura demasiado benévola para la administración de George W. Bush”.<sup>25</sup>

Pero no solo la prensa escrita y la televisión fueron foros de la novedosa confrontación entre comunicadores y gobierno. Para las elecciones de 2004, la película Fahrenheit 9/11 se presenta como fuerte opositora. “Definitivamente, en estos días el mayor contrincante del candidato Bush es un no candidato, Michael Moore, y no solo con su Fahrenheit 9/11, sino también con sus mordaces libros Estúpidos hombres blancos y ¿Qué han hecho con mi país?”, apunta una opinión editorial ecuatoriana que ejemplifica la internacionalización del conflicto.<sup>26</sup>

---

<sup>21</sup> El Comercio, 18 de junio de 2004

<sup>22</sup> El Comercio, 20 de junio de 2004

<sup>23</sup> Expreso, 10 de julio de 2004

<sup>24</sup> El Comercio, 17 de julio de 2004

<sup>25</sup> El Universo, 14 de agosto de 2004

<sup>26</sup> Marena Briones, Un vendaval llamado Moore. Hoy, 2 de julio de 2004

El protagonismo mediático de Moore hace historia. El cineasta afirmó abiertamente que no realizaba la gira internacional programada para promover su película porque debía permanecer en Estados Unidos y hacer todo lo posible para que Bush perdiese las elecciones. “El fin último de este documental es impedir que George W. Bush sea reelegido para un período más en la Presidencia”. Simultáneamente, es una ocasión para deslindar espacios con los grandes monopolios mediáticos. “Moore ha dicho que su película es una pieza de periodismo de investigación, que solamente alguien independiente a los medios masivos de comunicación podría haber hecho”.<sup>27</sup>

Moore asume su objetivo y racionaliza su actividad. “Pienso que los medios han hecho un buen trabajo metiendo en nuestras cabezas esas imágenes de lo que Saddam era capaz de hacer. Eso me llevó a pensar que la razón por la que lo estaban haciendo era para deshumanizar al pueblo iraquí, así podíamos bombardearlo”. A la pregunta: “Se lo ha citado diciendo que desea que su película cambie el régimen en Washington. ¿Cree que lo hará?”, respondió “Eso espero. Sinceramente lo espero”.<sup>28</sup>

Un interesante coletazo de la crítica a la administración Bush lo sufre el colombiano Álvaro Uribe. El semanario Newkweek abrió al público el informe secreto de la Agencia de Inteligencia del Pentágono, obtenido bajo la Ley de Libertad de Información, que devela que en 1991 el entonces senador Uribe “colaboraba con el Cartel de Medellín en altos niveles del Gobierno y que su padre habría sido asesinado por esa relación de su hijo”.<sup>29</sup>

Tras Newkweek, The New York Times y The Miami Herald conformaron el espectro mediático de difusión. Convertida en objeto central del periodismo colombiano, la noticia fue calificada como “El Fahrenheit de Uribe” y al periodista Joseph Contreras se lo catalogó como el Michael Moore del presidente andino. Estas son palabras de María Jimena Duzán, columnista de El Tiempo de Bogotá, según nota distribuida por el Grupo de Diarios de América,<sup>30</sup> lo cual da cuenta que los medios norteamericanos tuvieron fácil eco en América Latina.

Los medios ocupan un nuevo espacio de actoría social, pueden ser escenarios oficiales del poder o también lugares para la deconstrucción del discurso homogenizador. Del 9/11 al 11/2, fecha de las próximas elecciones en Estados Unidos, la historia contemporánea es testigo de múltiples y novedosas manifestaciones mediáticas. No obstante, todas ellas tienen en común una creciente actoría política de los medios de comunicación de masas.

---

<sup>27</sup> Hoy, 11 de julio de 2004

<sup>28</sup> Entrevista publicada por El Universo, 10 de julio de 2004

<sup>29</sup> El Comercio, 3 de agosto de 2004

<sup>30</sup> Ibíd.

### **3. La nueva tecnología crea nuevos medios**

En las postrimerías del siglo XX se evidenciaron cambios cuantitativos y cualitativos en la estructura y funcionamiento de la economía. La acelerada integración de mercados y la dinámica impuesta por la economía mundial inauguró otro momento de la historia humana.

El tránsito de la producción nacional a una economía mundial no se hace de la suma de economías nacionales, sino de la continuidad global de la producción precedida por una casi uniforme circulación financiera, crediticia, monetaria.

Las empresas transnacionales, criaturas del nuevo momento económico, comercian menos con las economías nacionales que consigo mismas. Existen mas allá de la soberanía estatal, han implementado un sistema financiero propio, transacciones, tecnología y comercio que tienden a universalizarse. El Estado nacional envejecido se acopla como subalterno al mercado que integra, pierde la impermeabilidad de sus fronteras, asume problemas regionales y mundiales para los cuales el subdesarrollo carece de respuestas.

El paso de la sociedad industrial a la del conocimiento encuentra soporte en una nueva base tecnológica y la incorporación de la ciencia como fuerza productiva directa. Ya no se trata de la técnica en el sentido tradicional, cuando su organización e instrumentos caracterizaban la concreción del conocimiento científico en el proceso productivo.

La nueva técnica responde al desarrollo de la ciencia vinculada directamente a las fuerzas productivas, en un proceso diferente de creación de valor. Sobre ese pilar, cuatro grandes industrias emergen como motores característicos del siglo naciente: automatización, nuevos materiales, biotecnología y tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Las TIC se imponen como realidad comunicacional e informativa en las economías desarrolladas. El Observatorio Europeo describe al hipersector de la información como un agregado de Tecnologías de Información y Comunicaciones, electrónica de consumo, equipamiento electrónico, equipos y servicios de telecomunicaciones, y sectores de la industria de contenidos que rápidamente convergen con las TIC, como publicidad, audiovisual, marketing y distribución.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Ver: Gustavo Matías, "Las TIC, base parcial de los conceptos de nueva economía". En: Revista Fuentes Estadísticas. No. 51. Febrero de 2001

La OCDE, la Unión Europea y el Departamento de Comercio de Estados Unidos coinciden en que la emergencia de las TIC es la principal fuente de incremento de la productividad experimentada por los países desarrollados en los últimos años.

Gracias a su impulso, la economía estadounidense ha llegado a promedios del 5% de crecimiento de su productividad, más del doble de lo alcanzado en la expansión de los años 60.

Las proyecciones económicas para la UE sostienen que, en 2004, ese mercado crecerá en 3,1% con respecto a 2003, con un valor aproximado de 611.000 millones de euros. Solo el mercado español crecerá un 5,5%, alcanzando una facturación de 37.362 millones de euros.<sup>32</sup>

Palanca fundamental de esta dinámica es Internet, cuya función supera la sola implementación tecnológica para mostrarse como forma de organización de una economía en la cual la información adquiere sitial preponderante.

La red es un factor altamente dinámico. El valor de las informaciones se incrementa en la medida en que hay un mayor número de usuarios conectados, lo cual supone modificación en los hábitos de consumo y de producción de la comunicación social. Las telecomunicaciones son una nueva gran industria sustentada en tecnología de punta que le confiere particularidades específicas. No se extingue con el uso, es ubicua, indivisible y acumulativa. Su valor no está determinado por el volumen sino por la calidad, pertinencia y oportunidad.

Industria y manufactura de los países desarrollados pierden peso ante las actividades del sector servicios e industrias intensivas en el uso de conocimientos y empleo de trabajadores altamente calificados. Los nuevos materiales sustituyen a los productos conocidos y se renuevan en períodos cada vez más cortos. Se marca una tendencia hacia la miniaturización, inmaterialización y desmaterialización de los productos de alta tecnología.

Estas características de la restructuración productiva se despliegan en las TIC. El soporte tecnológico propicia nexos entre sectores económicos aparentemente ajenos. Las TIC aportan al sector financiero interconexión de sus mercados en tiempo real, un sistema superior de procesamiento y gestión de la información, lo cual redundará en una elevada productividad. Así, por la red circula simultáneamente dinero e información.

En 1999, Estados Unidos contabilizaba cerca de una tercera parte de la producción mundial de TIC, Japón casi el 25% y algo similar la Unión Europea. Eso significa

---

<sup>32</sup> Informe Nueva Economía del Centro de Predicción Económica. Tomado de: N-economía, Madrid, 22 de julio de 2004.



que el resto de mundo producía menos del 20% de TIC.<sup>33</sup> Desarrollar o simplemente asimilarse a las TIC supone disponer de una base científica, industrial y tecnológica mínima, lo cual deja fuera a amplios sectores de la humanidad.

Durante el siglo XX, la Revolución Industrial llevó a su cúspide la producción masiva de bienes de consumo, la consolidación de mercados en expansión y con interconexión creciente. A esa economía respondieron medios de comunicación de masas capaces de crear productos para públicos cada vez mas amplios y bajo criterios empresariales. No obstante, la comunicación siguió un elemento subordinado en una sociedad donde el contacto físico era el elemento central.

A fines del siglo XX la situación se modifica. La economía globalizada incorpora la deslocalización de la producción y la conversión de una economía terciaria en economía de servicios, estimulada por la innovación tecnológica y el progreso científico convertidos en principal motor económico.

En el campo de la comunicación, el desarrollo de la tecnología incorporó dos avances cualificantes: la digitalización y la difusión vía satélite o vía cable. De su mano nace una hipertrofia comunicativa que abre nuevos horizontes a la esfera virtual y a la oferta mediática personalizada. No obstante, las grandes empresas multimedia mantienen la hegemonía del discurso central en los medios de mayor alcance y audiencia.

La brecha digital, entre quienes tienen acceso a las nuevas tecnologías de la información y quienes no lo tienen, se inició con la masificación de la telefonía analógica, continuó con el uso generalizado de computadores personales y llega a su primera cima con la implementación de Internet. El índice de cada país o región de conexión a la red empieza a ser utilizado como indicador líder del progreso. La brecha digital es interna a los países al mismo tiempo que internacional. Superarla es actuar sobre el desarrollo del conocimiento y la conectividad.

La Unión Europea reconoce en la conectividad una política de Estado. Solo por citar un ejemplo, el Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid aprobó una partida de tres millones de euros para implantar Centros de Acceso Público a Internet en los municipios de la Comunidad con menos de 10.000 habitantes y acabar con la brecha digital al interior de la región.

Oficialmente, sus propuestas se concretan en cuatro líneas de actuación: “La primera se concentra en la formación en el uso de las nuevas tecnologías por parte de los colectivos que tienen mayor dificultad para acceder a la Red como mujeres, personas mayores, inmigrantes o discapacitados. Una segunda línea de actuación pretende la

---

<sup>33</sup> Ver: Jordi Vilaseca y Joan Torrent, La realidad económica de la industria de la información: ¿hacia un modelo europeo de nueva economía? UOC. [www.uoc.es](http://www.uoc.es)

formación mediante cursos o talleres que ayuden a la formación de empresas en las zonas desfavorecidas mediante el uso de las nuevas tecnologías. La tercera línea incide en la formación de servicios de 'teletrabajo', orientado a los colectivos que tienen un mayor índice de desempleo. La última línea de actuación, consiste en intentar simplificar la relación de los ciudadanos con la Administración mediante la puesta en marcha de un modelo efectivo de e-administración".<sup>34</sup>

Los Estados nacionales se convierten en competidores frente a empresas transnacionales, muchas de ellas con mayor capacidad de inversión de capitales y de innovación tecnológica. En el caso de los países subdesarrollados, son Estados que compiten en condiciones de desventaja.

Su mayor posibilidad de incidencia reside en convertir en política estatal las agendas de conectividad. A ello contribuye el estímulo de resoluciones adoptadas por la ONU y organismos adscritos como PNUD, UNICEF y otras organizaciones internacionales. Al mismo tiempo, enfrentan el obstáculo de exigencias empresariales y convenios bilaterales que frenan el libre flujo de información.

En la práctica, en un país como Ecuador, la ampliación de la conectividad debe mas al proceso de acelerada emigración que a una agenda estatal reducida casi exclusivamente a acciones de pocos organismos seccionales.

Las directrices para los Estados tercermundistas, propuestas en instancias como la Cumbre de la Sociedad de la Información, priorizan el tema de conectividad y se concretan en: ampliación de cobertura, mejora de servicios, tele-educación, información en línea de la gestión gubernamental, promoción turística, difusión cultural.

Quedan fuera aspectos centrales de desarrollo de hardware y software, así como el control estatal de frecuencias, uso de satélites y, sobre todo, producción de contenidos a ser distribuidos por la red.

#### **4. Transnacionales de la comunicación**

La nueva economía se desarrolla de forma desigual y contradictoria, pero abarca al planeta entero. Se levanta sobre una industria basada en ideas y conocimiento articulados en el hipersector de la información, el más dinámico de la economía mundial.

---

<sup>34</sup> Tomado de: N-economía, 1 de julio de 2004

El conocimiento producido por pequeñísimos grupos de científicos e investigadores tiene fuerza de socialización inmediata para cientos de millones de personas. El problema radica en una desigual distribución de conocimientos. No obstante, en tanto riqueza social, ese mismo conocimiento llega a cuestionar las relaciones de propiedad conocidas.

Las TIC se desarrollan a través de empresas generadoras de comunicación e información que no son ajenas al momento presente de centralización y fusión de capitales. En 1984, el proceso de desreglamentación de redes financieras y sistemas de telecomunicación marcó el principio de otra legislación internacional. En 1997, los miembros de la OMC firmaron el acuerdo de concesión de acceso a los mercados para los servicios de telecomunicación. En 1998 entró en vigor, liberalizando el sector y eliminando los límites para la participación extranjera en las empresas del sector.

El flujo principal de información mundial se canaliza actualmente entre Nipón Telegraph & Telephone, American Telegraph & Telephone y Concert. Por ese soporte transita también el dinero electrónico, aproximadamente 450 billones de dólares en transacciones anuales. Como dato comparativo cabe anotar que, al mismo al tiempo, las transacciones realizadas en cheques y efectivos se ha reducido a menos de 70 billones.

Una parte significativa de la titularidad de los mas importantes medios de comunicación está en manos de grandes bancos y empresas vinculadas al sector tecnológico, del conocimiento o entretenimiento. Al interior del campo, es claro el dominio de los medios norteamericanos.

Los grandes capitales también apuntan a megafusiones en la información, comunicación y cultura de masas. La alianza entre Walt Disney y Capital Cities/ABC factura 17.000 millones anuales. Por su parte, Time-Warner supera los 20.000 e incluye los canales de televisión CNN, TNT, WB y Cartón Network, las revistas Rime, Fortune y Life, los estudios Castle Rok y New Line Cinema.<sup>35</sup>

Convergen productores de contenidos y propietarios de infraestructuras, centralizando la producción de medios y la de mensajes. Ramonet sintetiza el cambio en dos nuevas características de los grupos mediáticos: “primeramente se ocupan de todo lo concerniente a la escritura, de todo lo concerniente a la imagen, de todo lo concerniente al sonido, y difunden esto mediante los canales mas diversos (prensa escrita, radio, televisión hertziana, por cable o satelital, vía Internet y a través de todo tipo de redes digitales). Segunda característica: estos grupos son mundiales, planetarios, globales y no solamente nacionales o locales”.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Ver: Juan Manuel Carraro, El poderoso mercado de la información. <http://usuarios.advance.com.ar>

<sup>36</sup> Ignacio Ramonet, El quinto poder. Le Monde Diplomatique, 6 octubre 2003

El mismo autor enumera a News Corps, Viacom, AOL Time Warner, General Electric, Microsoft, Bertelsmann, United Global Com, Disney, Telefónica, RTL Group, France Telecom como las grandes empresas que, a partir del dinamismo impuesto por la revolución digital, van conformando grupos multimedia capaces de reunir en una sola todas las formas de comunicación.

CNN mostró ser una red mundial de televisión en 1991 durante la Primera Guerra del Golfo. Ante su creciente poderío, la Comunidad Europea se propuso hacerle frente con Euronews que junto a la BBC World forman las principales redes de un mercado global de comunicación, que alcanza inversiones anuales superiores al trillón de dólares.<sup>37</sup>

Impulsada por similar dinámica, actualmente China reestructura la Estación Central de Televisión, CCTV, destinada a afirmarse como una BBC o una CCNN para el territorio asiático, gracias al mercado que le ofrecerán los Juegos Olímpicos Beijing 2008.

Las nuevas tecnologías proporcionan alcance universal al sistema informativo, determina niveles de integración del conjunto de medios y posibilita su interactividad. El proceso se mantiene en condiciones de desigualdad, jerarquía y dominio de las transnacionales de la comunicación, determinación que reduce la posibilidad de disenso que se ejerce desde medios pequeños y locales.

En América Latina, un interesante ejemplo de centralización multimedia lo provee Gustavo Cisneros Rendiles, venezolano considerado el hombre más rico de América del Sur. El empresario es accionista mayor de Univisión, la principal cadena hispana de Estados Unidos y desde 1998 está aliado con American On Line (AOL), combinación con la que llega a cerca de 500 millones de latinoamericanos. Además, gracias a Direct TV Latin se incorpora a 144 canales. Play Boy TV Latin America, en español y portugués, sintonizan la red bajo control de Cisneros: Venevisión, Chilevisión, Caracol Televisión, Caribbean Communications Network.<sup>38</sup>

He allí una de las razones probables del apoyo dado por Venevisión al golpe de Estado del 11 de abril contra el presidente Chávez, a la breve dictadura de Pedro Carmona Estanga y a la oposición en el referéndum de agosto de 2004. No menos relevante resulta conocer que Cisneros y Bush padre son antiguos conocidos, lo suficiente como para compartir fructíferas jornadas de pesca.

---

<sup>37</sup> Cálculos del norteamericano Ben Bagdikian, reproducidos por La Fogata, Abril de 2002. [www.lafogata.org](http://www.lafogata.org)

<sup>38</sup> Ver: Ernesto Carmona, Gustavo Cisneros: un monopolio informativo en América Latina. Argenpress, 1 de diciembre de 2003

## **5. La prensa liberal muere con su Estado**

El triunfo del liberalismo y su institucionalización trajo consigo medios de comunicación (prensa escrita, primero; radio, después) que se autodefinieron como "independientes". En el Estado moderno, los medios se separaron de los periódicos "partidistas" vinculados al movimiento liberal en su etapa insurgente, así como de aquellos surgidos de la reacción conservadora.

Esta prensa se ha descrito a sí misma imparcial, objetiva, profesional y a-partidista. Reconociéndose parte de la sociedad civil –weberianamente concebida– se declara ajena tanto al Estado como a los poderes político y económico. La teoría liberal habla de los medios como “simples” transmisores de información, limitados a dar a conocer las propuestas políticas de un régimen.

Otra de las miradas socialmente difundidas sobre los medios de comunicación colectiva los ha señalado como el cuarto poder. Formulación que se inscribe en la noción del Estado dividido en Ejecutivo, Legislativo y Judicial y que presupone independencia entre campos de poder político, económico, cultural. No obstante, esos mismos sectores, entre crítica y lastimeramente, hoy resienten que los medios han vaciado su potencial condición de contrapoder. Segunda ilusión también propia del pensamiento liberal.

Los Estados, por su parte, organizaron conjuntos de medios oficiales acordes a una política de comunicación capaz de abarcar el territorio hasta rincones a donde otras formas de cohesión y violencia no logran llegar. El alcance de los medios de comunicación estatales ha sido factor para reclamar soberanía, exhibir presencia y capacidad de resolución de conflictos.

El poder simbólico<sup>39</sup> se exhibe parte indiscutible del poder. Por ello, todo conflicto bélico contemporáneo principaliza el control de la televisión y la radio oficiales del enemigo. En los últimos tiempos, Kosovo, Kabul y Bagdad dan cuenta de ese procedimiento.

Difundir de manera sistemática y continua símbolos que refuerzan la noción de pertenencia a una comunidad es una forma de control ideológico. El Estado nacional unitario lo desarrolló para delimitar su propia identidad, el ser nacional, la igualdad basada en la exclusión del diferente. El otro sería el enemigo y la guerra se encargó de afianzar históricamente su identificación.

---

<sup>39</sup> Pierre Bourdieu denomina poder simbólico al poder capaz de influir en las acciones de otros y crear acontecimientos reales a través de la producción y transmisión de las formas simbólicas, lenguaje, símbolos, ideología.

Los medios de comunicación contribuyeron a esa demanda. Han sido voz del Estado, de la nación, del pueblo despojado del otro circunscrito a la homogeneidad impuesta. Los medios difundieron el pensamiento dominante, el único discurso legítimo, aquel que soporta la apariencia de transparencia informativa de simple mediación entre hecho y noticia.

Para la teoría tradicional de la comunicación, lo denotado solo precisa de una connotación. El significado privilegiado es incuestionable porque responde al bien general, jamás a una fracción del poder, menos aún a la demanda de constitución de otro poder.

Sin embargo, las últimas décadas asistimos a acontecimientos comunicacionales que transparentan cambios en las funciones declaradas. Devela en los medios de comunicación colectiva a renovados actores sociales y políticos, mas cercanos a una naturaleza partidaria (oficial o de oposición) que a la mediación informativa liberal.

En el plano de la teoría, se cuestiona la visión de comunicación social mediadora entre la realidad y su textualización. Comprende la elaboración mediática como un factor que se incorpora a la producción de realidad y, desde allí, incide en la reproducción del poder.

La revolución científica y tecnológica ha integrado texto, imagen y sonido en el mismo sistema. El medio ha cambiado y con él el carácter de la comunicación, la naturaleza del mensaje y las formas de construcción simbólica. “La multimediatización es el fruto de la integración del sistema clásico de medios con el mundo de las telecomunicaciones, de la informática y, en definitiva, con los avances producidos con la digitalización de la información. Es, de hecho, no solo un proceso mediático sino también un proceso sociocultural que ha derivado en lo que Castells ha denominado la sociedad-red”.<sup>40</sup>

La comunicación global responde a los requerimientos de una organización industrial. Su fuente única, centralizada y estructurada se despliega a través de formas tecnológicas que definen mensajes diferenciados. La red es un conjunto de nodos que son puntos de posible recepción y también emisión, al margen de fronteras nacionales y locales. El lugar de enunciación pierde referencia territorial y escapa a la jurisdicción estatal. Se da una yuxtaposición entre espacio privado y público.

El principio de la información y comunicación se basa en la circulación, donde el valor se agrega por la propia difusión del mensaje. La producción informativa en la época de la revolución científica y tecnológica se orienta a satisfacer novedosas

---

<sup>40</sup> José Manuel Pérez Tornero, comp. Comunicación y educación en la sociedad de la información. Paidós, Buenos Aires, 2000. Pág. 130

demandas, productos para consumos ajenos a la mirada unitaria y excluyente de los Estados nacionales.

La permisividad de una actoría política que subordina a la periodística se manifiesta en fenómenos relativamente comunes a los medios contemporáneos: exceso de discrecionalidad en la interpretación de la noticia, uso irregular de fuentes, ausencia de verificación de informaciones, sobrevaloración del rumor, exhibición de la opinión editorial como noticia, adjetivación permanente, retórica del espectáculo incorporada a los informativos.

Esos elementos viabilizan la difusión de proyectos sociales promocionados o desvalorizados por los medios de comunicación colectiva. Aunque esta acción es cotidianamente evidente, los comunicadores solo la reconocen en momentos de extrema tensión social. Prefieren mantener el discurso de la mediación imparcial.

Al respecto, son decidoras las palabras editoriales de El Comercio: “Hay dos funciones, que deben ser repetidas insistentemente, respecto a la prensa. La primera se refiere al deber profesional de informar con independencia, de acuerdo a la agenda propia frente a los hechos que se suceden, y, la segunda, opinar en el editorial del medio correspondiente y a través de las columnas de los articulistas”. Estos principios ayudan a deslindar responsabilidades políticas y el periódico afirma que a la prensa “no le corresponde liderar posiciones frente a controversias políticas, legales o institucionales, pues implicaría una militancia que es incompatible con la libertad de prensa en el Ecuador”.<sup>41</sup>

Reportajes, análisis, columnas de opinión, entrevistas, cartas públicas dan abundante testimonio de esa negada “militancia”. La frágil línea que diferencia la información de la actoría política es constantemente traspasada. Generar ideas, estados de ánimo y cosmovisiones de manera sistemática y para amplias masas, ha hecho de los grandes medios cómoda rampa para comunicadores que se promocionan a la representación política.

Las mass-mediación de la política se ve complementada por la politización de los mass-media. La profusa participación de comunicadores y figuras de la televisión ecuatoriana en la campaña electoral 2004 son un ostensible ejemplo del fácil paso del periodismo a la política y la creencia en un supuesto camino de retorno. Es la época de la irrupción de empresarios y periodistas como candidatos a organismos gubernamentales, congresistas, prefectos o alcaldes. Internacionalmente, Carlos Mesa y Silvio Berlusconi se ubican en los extremos.

No obstante, el periodismo aún encuentra en la retórica de la independencia un refugio que lo protege de las consecuencias de su incursión política. En esa línea se

---

<sup>41</sup> El Comercio. Editorial central, 2 de julio de 2004

ubica El Universo cuando sostiene que: “Otro error igualmente importante es creer que los medios están en la obligación de cogobernar; esto es, que les toca a ellos conseguir que la opinión pública aplauda tal o cual medida del gobernante de turno. (...) Los medios no son los encargados de llenar ese vacío. Su misión principal es informar cuando surge el dirigente que sabe cumplir esa histórica responsabilidad”.<sup>42</sup>

En varios países europeos otra experiencia social ha impulsado una posición mas autocrítica de los medios de comunicación colectiva. Por ejemplo, en mayo de 2002, Le Monde reconocía que “las televisiones francesas ‘presionaron’ demasiado al electorado con su cobertura de crímenes, palizas y otros sucesos durante las semanas previas a los comicios presidenciales y que ésto “favoreció el auge de la ultraderecha en Francia”.<sup>43</sup>

A la inversa, el periodismo británico aportó con la fuerte disputa desatada entre la BBC y el gobierno de Blair, a propósito de la muerte del experto en armas David Kelly. Ante la acusación del gobierno de infidencia a la cadena noticiosa, renunciaron sus dos mas altos personeros y su reportero estrella.

El epílogo del conflicto fue la decisión de la BBC de reestructurar completamente su política editorial. Entre las recomendaciones, que internacionalmente se dieron a conocer, constan: registro preciso de declaraciones como parte de la capacitación periodística, necesidad de demostrar una actitud mas abierta e imparcial, limitar intervenciones en vivo que incluyan acusaciones serias, mayor intervención de asesores legales en las redacciones, adecuado escrutinio de temas generados por fuentes anónimas.<sup>44</sup>

Mas abogados en las redacciones periodísticas, menos celulares que tomen fotografías en las prisiones iraquíes son las disposiciones de gerentes y generales. Sin mensaje no habrán acusaciones. El hecho se cura en salud, podremos llegar a una denotación aséptica. No estamos en el tiempo histórico sino en el tiempo real. Ya no será posible sembrar de armas de destrucción masiva en las ciudades iraquíes, pero aún es posible dejar junto a cualquier cadáver un video inculpador o exculpador. La imagen es suficiente, ninguna otra prueba será requerida.

Los procedimientos legitimados por su prolongado uso, y socialmente no cuestionados por tratarse de técnicas profesionales, se encargaron de desplazar la mirada de las determinaciones sociales y políticas generadoras de la noticia. Siguiendo a Habermas, bien podemos afirmar que, también en el campo mediático, la tecnología puede cumplir un rol ideológico.

---

<sup>42</sup> El Universo. Editorial central, 3 de julio de 2004

<sup>43</sup> El País, 28 de mayo de 2002

<sup>44</sup> Ver: El Universo, 26 de junio de 2004



## **6. Periodismo global para un naciente poder**

La nueva economía se nutre de información mas que de productos físicos. En términos de McLuhan, “la información ha dejado de ser un instrumento para producir bienes económicos, para convertirse en el principal de los bienes. La comunicación se ha transformado en industria pesada. Cuando el poder económico pasa de quienes poseen los medios de producción a quienes tienen los medios de información, que pueden determinar el control de los medios de producción, hasta el problema de la alineación cambia de significado”.<sup>45</sup>

La nueva economía estimula la emergencia de actores sociales distintos, inéditas formas de representación política que, dada la importancia económica de las TIC, son también formas de mass-mediación.

Los medios de comunicación colectiva se revisten de una actoría social capaz de cumplir con roles políticos, cuyas determinaciones y cualidades están dadas por el proceso de globalización. La producción informativa es valorada como un vector fundamental en la gestación de la realidad y su forma, soporte substancial de los procesos de generación de imaginarios sociales y representación.

El periodismo global se caracteriza por la ampliación de sistemas informativos que, sustentados en la continua innovación tecnológica, adquieren la posibilidad de presentarse por sobre demandas nacionales específicas.

Al mismo tiempo, no se reduce a la difusión de hechos internacionales relevantes, conforma una agenda temática inducida por el interés hegemónico que conduce el proceso de globalización y ese, en el momento actual, es militarista. De allí que la violencia sea el espectáculo favorito a distribuirse, hasta el punto de destruir la diferencia entre lo virtual y lo real. Incluso la violencia anómica ha adquirido legitimidad informativa, las primeras planas y titulares colmados de crónica roja lo demuestran.

La concentración multimedia permite la difusión simultánea de un mensaje por diversidad de medios. La fuerza y amplitud de los nuevos fenómenos comunicativos permite considerarlos como prácticas culturales complejas que incursionan en el conjunto de relaciones del poder. Su peso simbólico genera propuestas de cosmovisiones, respaldadas por realidades virtuales que parcialmente sustituyen a la realidad social.

---

<sup>45</sup> Umberto Eco, Para una guerrilla semiológica. Nombre Falso, [www.geocities.com/nomfalso](http://www.geocities.com/nomfalso)

La lógica televisiva se ha impuesto en la política institucional con formas aceptadas como propias de regímenes democráticos. A partir de los años noventa, la CNN se convirtió en productora permanente de lecturas políticas de la realidad mundial.

La caída de Nicolae Ceausescu (1989), los bombardeos sobre Irak en la Primera Guerra del Golfo (1991), el asalto al Parlamento Ruso (1993), la intervención en Kosovo (1999) fueron eventos mediáticos sobre los que se construyeron modelos de guerras ideales, de enfrentamientos bélicos limpios, con cero muertos. Según Mattelart, se pasó “de la diplomacia de los cañones a la diplomacia de las redes para reorientar al mundo en función de lo que se llama la democracia de mercado. De ahí el mito de la guerra ideal e idealista de la información”.<sup>46</sup>

La invasión a Afganistán (2002) y a Irak (2003) rompieron con el paradigma de la guerra aséptica y volvieron a enfrentar a las poblaciones civiles de los países de la coalición con el fantasma de la muerte de sus soldados. Espectro semejante al vivido en Vietnam.

Gracias a la transmisión satelital y difusión de acontecimientos en tiempo real con alcance planetario, para principios del siglo XXI se calculaba que los mega eventos llegaban a ser vistos por el 10-20% de la población mundial. Durante la transmisión de la inauguración de las Olimpiadas Atenas 2004, se llegó a calcular una audiencia televisiva de 4.000 millones de personas.

Para enfrentar el renovado mundo de la comunicación, el periodismo global procura mapear demandas de comunicación expresadas en el surgimiento de otras narrativas y sensibilidades, de inéditos modos de saber y lenguajes, de nuevos lugares capaces de articular territorios móviles y temporales. Además, Internet ofrece la red a la interacción desde puntos múltiples, simultáneos y deslocalizados.

El requerimiento nace del ineludible desplazamiento sufrido por los escenarios tradicionales del discurso público. “La política, por ejemplo, se escapó de los recintos sagrados del poder (el palacio, el congreso, el sindicato, el partido) y estalló en distintos lugares, la calle, la televisión, la casa, haciendo emerger un conjunto de actores sociales cuya novedad reside en la forma como se apropian de la palabra y algunos símbolos administrados por el poder”.<sup>47</sup>

En este análisis, Rossana Reguillo recuerda que cada escenario de la comunicación no es solo un lugar simbólico, es siempre un lugar previamente significado, producto

---

<sup>46</sup> Armand Mattelart, *Historia de la sociedad de la información*. Paidós. Buenos Aires. 2002. Pág. 167

<sup>47</sup> Rossana Reguillo Cruz, “Globalización y comunicación, una relación fuera de lugar”. En: Torrico Villanueva, Erick R., coord.. *I Encuentro Nacional Seminario Latinoamericano. Investigación de la Comunicación*. Memoria Académica. UPS Editorial. Pág. 305

de una construcción lograda a través de procesos de tensión, negociación o disputa por la emisión de mensajes. El medio es también el lugar de enunciación.

Por su parte, los movimientos sociales encuentran en estas características de la comunicación masiva un factor propicio para la repolitización de espacios privados, ampliación de espacios públicos, conformación de renovados territorios comunicacionales, reconstrucción de identidades y interacciones políticas.

Actores sociales de larga existencia y joven visibilidad se incorporan a la politización de la vida cotidiana y del ámbito privado con la construcción de identidad como principio organizativo. Sus demandas actuales no se circunscriben a la lucha por la libertad, igualdad económica e independencia nacional –hasta el 11-S se las suponía conquistadas o reconocidas y exigibles– aunque, a partir de 2001, ellas vuelven a ser objeto de presión.

Simultáneamente, se ha modificado la naturaleza del periodista, cada vez más sometido a la exigencia de incorporar sensacionalismo a la noticia. A ello responde la transición del informador a entretenedor y del intermediario a mediador. Los periodistas estrella terminan por ser, ellos mismos, medios de comunicación. Así se explica la proliferación de empresas de producción de programas televisivos independientes. En el caso ecuatoriano, basta señalar las agencias de Freddy Ehlers y Carlos Vera.

Mas allá de las expectativas de democratización creadas alrededor de las nuevas tecnologías, el nacimiento de complejos multimedia no ha llevado a una mayor pluralidad en los mensajes y sus contenidos, sino a un fortalecimiento del efecto de “espiral del silencio”, estudiado por Noelle-Neuman. Es mas, “la potencia del campo mediático alcanza su cenit en los procesos semánticos de globalización, es decir, en las tramas de instauración de conceptos tácticos que esconden geoestrategias económicas, políticas, militares... y cuyos significantes quedan acuñados como expresiones técnicas exentas de ideología”.<sup>48</sup>

No obstante, experiencias como el 11-A y el 11-M, así como la creciente distancia con la política Bush, revelan la puesta en marcha de mecanismos de ruptura de la “espiral del silencio” cuando emerge un interés social diverso con cierto grado de organización.

En este contexto, el vínculo emisor-receptor y medio-mensaje cobra una nueva naturaleza. Los elementos se mantienen, pero habiéndose modificado el carácter del poder, se producen nuevas formas en la construcción de poder simbólico y, por tanto, en las formas de reproducción del campo mediático. De allí, la inevitable

---

<sup>48</sup> Joseph Luis Gómez Mompart. “El campo mediático y la sociedad de la información”. En: Chomsky Noam y otros. Los límites de la globalización. Ariel Practicum. Barcelona. 2002. Pág. 50

refuncionalización de los medios de comunicación colectiva y su posibilidad de desempeñar roles propios de actores políticos.

## **7. CONCLUSIONES**

### **Múltiple funcionalidad para actores en transición**

El medio es el mensaje. La conocida expresión de McLuhan cobra una nueva dimensión con la dramática modificación vivida por la asimilación de nuevas tecnologías a los medios de comunicación colectiva, la transformación de los contenidos, del emisor y receptor. La comunicación multimedia no volverá a difundir el mensaje de la época Gutemberg. Productores y consumidores globales son parte de una inédita comunicación de masas.

La funcionalidad de los medios varía en relación al carácter de actores sociales diversos, diferencia que se reproduce en las demandas de esos actores, sus discursos y vinculación con la producción y difusión mediática.

En este universo cambiante, los medios adquieren una polifuncionalidad propia de la transición que atraviesa al conjunto social y a la cual ellos también están sujetos. Esta polivalencia opaca sus funciones, reproduce antiguos prejuicios e ilusiones respecto de la comunicación y su rol a inicios del siglo XXI.

#### **7.1 Actores globales**

La priorización del carácter de industria, adscrita a las TIC, de la información de masas contemporánea, integra a los mass-media al conjunto de actores globales en etapa de expansión, junto a transnacionales, capital vinculado a las industrias emergentes, trabajadores de la sociedad del conocimiento. Los grandes grupos multimedia se incorporan como uno mas de ellos. Su actoría económica, social y política es aceptada como parte de la lógica globalizadora.

Los medios ingresan como actores de pleno derecho desde su peso económico, la dinámica impuesta por las TIC a la economía de los países desarrollados, la investigación científica, los ingentes capitales que la tecnología de punta exige, la conducción de pulls multimedia convertidos en transnacionales de la cultura de masas, información y comunicación.

En condición de actor global, los mass-media se inscriben en la disputa que despliegan los sectores que compiten por la hegemonía de la globalización. Son

espacios de resistencia y resignificación. De George W. Bush o Bin Laden a Michael Moore, George Soros o Bill Gates, la producción mediática es parte de la lucha política por el poder. Internet es un nuevo campo de batalla. Los medios son escenarios para el posicionamiento de ideas, distribución de información y formulación de propuestas sociales.

El complejo militar, industrial y financiero que está presente en la administración del Estado norteamericano, incide poderosamente en los países del G-8 y subordina abiertamente a la mayoría de gobiernos del Tercer Mundo. Es el sector que, bajo la política Bush, ha declarado a los medios armas en la lucha imperial.

Simultáneamente, es la época de las decapitaciones por video, de los atacantes suicidas que pregrababan despedidas, filmaciones descubiertas en cuevas remotas en Afganistán confesando culpabilidad en los atentados del 11-S.<sup>49</sup>

Se diferencian los sectores que motrizan un proceso globalizador mas correspondiente con los potenciales del desarrollo científico y su aplicación tecnológica para amplios sectores de la humanidad. Allí surgen noticias, denuncias, análisis e importantes miradas críticas a la presión que la administración norteamericana y sus aliados ejercen sobre el trabajo periodístico.

En un escenario de creciente confrontación, los grupos multimedia han modificado su discurso de estricta mediación. Su imbricación con el poder económico encuentra lógica proyección en su potencial de incidencia política, de generalización de propuestas y legitimación de liderazgos. Se asumen y son aceptados como eje del poder simbólico del siglo en gestación.

## **7.2 Actores en retroceso**

Estados nacionales, clases sociales, partidos políticos y gremios que a ellos corresponden son actores en retroceso. Reclaman de los medios volver a su función liberal, la mediación informativa. Los medios globales son acusados, por ellos, de incursionar en campos que no les compete.

La respuesta institucional se da a través de leyes que buscan regular el trabajo periodístico, exigencia de apertura de fuentes, esfuerzos por desvincular la propiedad de los medios de comunicación del control de sectores empresariales o financieros.

No obstante, los grupos multimedia ya no son controlables por los Estados, menos

---

<sup>49</sup> “Al Qaeda pirateó un sitio web” fue el titular proveniente de Der Spiegel notificando que “Al Qaeda utilizó un sitio de Internet para difundir su video sobre los rehenes secuestrados en Arabia Saudita, lo que constituye una novedad en las técnicas de propaganda”. El Comercio, 18 de junio de 2004

aún por los subdesarrollados. Producción y consumo informativo adquieren ribetes transnacionales, establecen redes que vinculan lo global y lo local a costa de lo nacional. En sus hilos, los medios escapan a la legislación de Estados cuya jurisdicción no logra alcanzarlos.

En condiciones de debilitamiento de la estructura de clases del capitalismo clásico, la acción mediática cubre espacios dejados por el repliegue de los partidos políticos. La mass-mediaticización a la que se han adscrito las formas de la política ofertan nuevos liderazgos y posibilidades discursivas.

Partidos y gremios cercanos al poder económico dominante resuelven el dilema con la adquisición de periódicos, radios y canales de televisión. Parecerían recuperar la naturaleza partidaria de la prensa vinculada a la insurgencia liberal. No obstante, la permanencia de la bandera de independientes e imparciales obscurece esta relación ante los consumidores. Su impulso o freno a determinados proyectos o acciones gubernamentales siguen encubiertos en la noción del interés general.

### **7.3 Actores de visibilidad renovada**

Los sectores sociales, largamente presentes en la historia aunque con remozadas formas de presencia y movilización, se muestran con renovada actoría social: indígenas, mujeres, jóvenes, ancianos, homosexuales, ecologistas, consumidores o migrantes. Lo inédito es su visibilidad y protagonismo político, su incidencia en las relaciones sociales, en tanto portadores de otros saberes y cosmovisiones.

La predisposición pendular de apertura y cierre del periodismo ante estos movimientos y sectores sociales, ha permitido conservar en ellos una percepción de los medios de comunicación mas cercana a su naturaleza liberal que a su función de actor global.

Hace poco, voces surgidas del Foro Social "Otra América es posible" demandaban a los medios responder a una función de "bienes de servicio público", con el argumento de que ellos "tienen que ver con el uso de las tecnologías, con el espectro radioeléctrico que es patrimonio de la humanidad y con el intercambio de conocimientos".<sup>50</sup>

Ajenos a la mirada de la información y la comunicación como industria en expansión, los movimientos sociales tienden a relacionarse con los grandes grupos multimedia desde requerimientos morales, que periodistas y reporteros deberían acatar -y eventualmente lo hacen- desde su condición individual de ciudadanos.

---

<sup>50</sup> El Comercio, 31 de julio de 2004

En ese anhelo se enancan partidos y movimientos políticos marginales que usualmente califican a los medios como voceros oficiales. La prensa ofrece resquicios para su palabra, pero solo en tanto ésta abone a la agenda constituida desde intereses hegemónicos. El discurso del pluralismo y la garantía democrática permite encubrir actorías directas que, al mismo tiempo, descomponen internamente a grupos subordinados.

La red es lugar de lucha por la significación de mensajes y sus posibles lecturas. A ello contribuyen veedurías ciudadanas, observatorios de medios, campañas por el derecho a la comunicación

En ese contexto, Ramonet convocó en el Foro Social de Porto Alegre a constituir el Observatorio Internacional de Medios de Comunicación (Media Wath Global), “arma cívica, pacífica, que los ciudadanos podrán utilizar con el fin de oponerse al nuevo superpoder de los grandes medios de comunicación masiva”.<sup>51</sup>

Otras experiencias vinculadas a la producción de una palabra distinta y a medios capaces de difundirla han apostado a los llamados medios alternativos, redes de radios comunitarias, páginas web construidas desde las bases de grupos sociales. Esos espacios cumplen con roles específicos para grupos sociales marginales y, en algunos casos, de abierta resistencia política.

Es el ejemplo de canales como el estatal venezolano Vive. Bajo la consigna “no vea la televisión, hágala”, sus productores sostienen que el poblador deja de ser mero espectador, para generar y potenciar la comunicación humana por sobre el hecho mediático.<sup>52</sup>

Se ratifica la previsión de Martín Barbero: “la reconfiguración que experimentan las relaciones entre el espacio público y el privado no significa sólo el declive del primero y el repliegue narcisista en el segundo, pues ahí se avizora la emergencia de una ‘esfera pública internacional’ que moviliza formas de ciudadanía mundial”.<sup>53</sup>

Pequeños medios compiten con grupos multimedia en franca condición de desigualdad, en el mundo de construcción y significación de mensajes. En principio, el proceso está liderado por los grandes actores emergentes, aquellos que pueden disputar el control de la hegemonía de la globalización.

Ocasionalmente, los silencios de las grandes cadenas noticiosas permiten la audición

---

<sup>51</sup> Ignacio Ramonet, El quinto poder. Le Monde Diplomatique, 6 octubre 2003

<sup>52</sup> Intervención de Blanca Eckhout en el Foro Social. El Comercio 30 de julio de 2004

<sup>53</sup> Jesús Martín-Barbero, “Globalización y multiculturalidad: notas para una agenda de investigación”. En: López de la Roche, Fabio, ed.. Globalización incertidumbres y posibilidades: política, comunicación, cultura. Tercer Mundo Editores-IEPRI, Bogotá, 1999. Pág. 107

de las pequeñas voces, aunque la mayor parte del tiempo éstas deban preservar la clandestinidad que les protege en medio del barullo.

Un proceso de democratización y apertura a voces recurrentemente marginadas dependerá de la posibilidad de construir novedosas alianzas. Excluirse de la globalización o buscar incidir en la fuerza que dicte su naturaleza. Legitimar la hegemonía militar o la productiva. Apoyar el conocimiento que niega a un amplio sector de la humanidad o aquel que permitirá su incorporación y desarrollo.

La tecnología ofrece cadenas y libertades. Su uso será determinado por el interés que la guía, aún el de la globalización militarizada. Potencialmente, el de un nuevo poder que emerja del conocimiento e incorpore al distinto como un dinámico renovador. La relación de la nueva comunicación, aquella que responde a la tecnología de punta, con el otro marginal también tendrá respuesta en la potencialidad de actores subordinados, para introducir sus intereses en procesos económicos y políticos que tienen a la ciencia como motor.

Vivimos la batalla por el control de la información. Perdida de antemano, por el mundo subdesarrollado, en cuanto a la capacidad de difusión, no así respecto de contenidos y significación. Los cambios en los medios no se reducen a la incorporación de tecnologías, la comunicación de masas contemporánea designa otro sensorium, modos de percibir, conocer, organizar el espacio público y privado, relacionarse con el tiempo.

La nueva característica de la difusión mediática, la transmisión en vivo y en directo, aporta algo más que la aplicación tecnológica de una inédita velocidad de comunicación entre dos puntos. Se ha logrado suprimir la distancia. La simultaneidad entre emisión y recepción genera escenarios y la posibilidad del espectador de responder con una movilización –real o virtual– y, con ello, modificar el hecho.

El proceso anticipa un potencial tiempo mundial único y la homogenización de tiempos locales. Fenómeno que podría llevar a una pérdida de tiempos históricos particulares y de exclusión de las diversidades no incorporadas a la nueva tecnología. Lo cual nos avoca a pensar en la existencia de una población excedentaria al proceso de globalización.

Ante ello, deconstituir los discursos legitimadores del orden estatuido es paso imprescindible para la apertura de la comunicación a formas progresivas de democratización, de acceso a colectivos, individuos, gritos y susurros excluidos.



## BIBLIOGRAFIA

- Acosta, Alberto, comp. El desarrollo en globalización: El reto de América Latina. ILDIS, Caracas, 2000.
- Archila, Mauricio, ed.; Pardo, Mauricio, ed. Movimientos sociales y democracia en Colombia. Universidad Nacional de Colombia. 2001.
- Baudrillard, Jean. Pantalla total. Anagrama. Barcelona. 2000
- Becker, Jorg, ed. Transborder Data Flow and Development. Friedrich Ebert Stiftung. Bonn. 1987.
- Carraro, Juan Manuel. El poderoso mercado de la información. <http://usuarios.advance.com.ar>
- Castells, Manuel. “La ciudad de la nueva economía”. En: La factoría. Junio-Septiembre 2000. No. 12. [www.lafactoriaweb.com](http://www.lafactoriaweb.com)
- Castells, Manuel. La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol I. Alianza Editorial, Madrid. 1999.
- Chmielevsky, Diego. El Estado moderno y los medios de comunicación: interacción y límites. En: [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- Chomsky Noam y otros. Los límites de la globalización. Ariel Practicum. Barcelona. 2002.
- Eco, Umberto. “Para una guerrilla semiológica”. En: Nombre Falso, [www.geocities.com/nomfalso](http://www.geocities.com/nomfalso)
- Estudios Venezolanos de Comunicación. No. 119. Centro Gumilla, tercer trimestre 2002. Caracas
- López de la Roche, Fabio, ed. Globalización, incertidumbres y posibilidades: política, comunicación, cultura. Tercer Mundo Editores-IEPRI. Bogotá. 1999
- Matías, Gustavo. “Las TIC, base parcial de los conceptos de nueva economía”. En: Revista Fuentes Estadísticas. No. 51. Febrero de 2001
- Mattelart, Armand. Historia de la sociedad de la información. Paidós. Buenos Aires. 2002.
- Pérez Tornero, José Manuel, comp. Comunicación y educación en la sociedad de la información. Paidós. Buenos Aires. 2000.
- Peruzzo, Cicilia, Dense Cogo, Gabriel Kaplún, comp.. Comunicación y movimientos populares: ¿Cuáles redes? UNISINOS, Brasil, 2002.

- PNUD. Informe sobre Desarrollo Humano Ecuador 2001: Las tecnologías de información y comunicación para el desarrollo humano. PNUD. Quito. 2001.
- Prats, Oriol. "Implicaciones de la nueva economía para el Desarrollo Humano". En: Desarrollo Humano e Institucional en América Latina DHIAL 13, [www.iigov.org](http://www.iigov.org)
- Ramonet, Ignacio. El quinto poder. En: Le Monde Diplomatique, 6 octubre 2003
- Ramonet, Ignacio. Guerras del siglo XXI. En: Rebelión. [www.rebelión.org](http://www.rebelión.org)
- Rodríguez, Albor. Verdades, Mentiras y Videos. Los libros de El nacional. Caracas. 2002
- Torrío Villanueva, Erick, coord.. I Encuentro Nacional Seminario Latinoamericano. Investigación de la Comunicación. Memoria Académica. UPS Editorial. La Paz. 2000
- Tresserras, Miguel. Trípodos. Los impactos de las tecnologías de la información y de la comunicación en las realidades sociales. Universitat Ramon Llull. Barcelona. 2000
- Vilaseca, Jordi y Torrent, Joan. La realidad económica de la industria de la información: ¿hacia un modelo europeo de nueva economía? UOC. [www.uoc.es](http://www.uoc.es)
- Virilio, Paul. El ciber mundo, la política de lo peor. Cátedra. Madrid. 1997
- Webster, Frank. Theories of the information society. Routledge. New York. 1995